

Management Insight

Jurnal Ilmiah Manajemen

Rahmat Toyib
Lizar Alfansi

Perbedaan Persepsi Pemilih Lama dan Pemilih Pemula Terhadap Publisitas Pada Pilkada Gubernur Provinsi Bengkulu Periode 2010-2015

Fera Novalinda
Fahrudin Js Pareke

Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Pemediasi Pengaruh Kompensasi, Kemampuan Kerja dan Jumlah jam Kerja Terhadap Kinerja

Syaiful Anwar AB.

Implikasi Program Unggulan Perguruan Tinggi Pada Aktivitas Ekonomi Daerah

Rina Suthi Hayu

Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Produk Real Estate Pada Perumahan Puri Pudak Payung Asri (P4A) Semarang

Hary Suhendar
Trisna Murni

Analisis Kualitas Jasa Lembaga Pendidikan Primagama Bengkulu

Eny Ingraeni
Slamet Widodo

Kajian Empiris Komunikasi Interpersonal Guru

Seprianti Eka Putri
Hengky Fermansyah

Hubungan Konsekuensi Periklanan di Televisi Dengan Pendapat Umum Pemirsa di Kelurahan Cempaka Permai Kota Bengkulu

Geni Mefinka
Sri Warsono

Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Jasa Dengan Metode *Six Sigma* Pada Usaha Jasa Service Mobil

Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Bengkulu
Jalan Raya Kandang Limun, Bengkulu
Telpon 0736-21170

Management Insight

Jurnal Ilmiah Manajemen

ISSN 1978-3884

Penanggung Jawab

Dr. Ridwan Nurazi, SE., M.Sc., Ak.

Ketua Redaktur

Dr. Fahrudin Js Pareke, SE., M.Si.

Redaktur Ahli

Prof. Lizar Alfansi, SE., MBA., Ph.D.

Slamet Widodo, SE., MS., Ph.D.

Dr. Kamaludin, SE., MM.

Dr. Effed Darta Hadi, SE., MBA.

Dr. Syaiful Anwar AB., SE., SU.

Sekretaris Redaksi

Rina Suthia Hayu, SE., MM.

Staf Redaksi

Seprianti Eka Putri, SE., M.Si

Anggri Puspita Sari, SE., M.Si

Alamat Redaksi

Jurusan Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Bengkulu

Jl. Raya Kandang Limun Bengkulu

Telpon 0736-21170

Management Insight

Jurnal Ilmiah Manajemen

Volume 5, Nomor 2, Oktober 2010

- Perbedaan Persepsi Pemilih Lama dan Pemilih Pemula Terhadap
Publisitas Kandidat Pada Pilkada Gubernur Provinsi Bengkulu
Periode 2010-2015 76 - 87
Rahmat Toyib & Lizar Alfansi
- Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Pemediasi Pengaruh
Kompensasi, Kemampuan Kerja, dan Jumlah Jam Kerja Terhadap
Kinerja 88 - 97
Fera Novalinda & Fahrudin Js Pareke
- Implikasi Program Unggulan Perguruan Tinggi Pada Aktivitas
Ekonomi Daerah (Studi Kebijakan di Universitas Bengkulu) 98 - 107
Syaiful Anwar AB.
- Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Produk Real Estate
Pada Perumahan Puri Pudak Payung Asri (P4A) Semarang 108 - 115
Rina Suthia Hayu
- Analisis Kualitas Jasa Lembaga Pendidikan Primagama Bengkulu 116 - 123
Hery Suhendar & Trisna Murni
- Kajian Empiris Komunikasi Interpersonal Guru 124 - 130
Eny Ingraeni & Slamet Widodo
- Hubungan Konsekuensi Periklanan di Televisi dengan Pendapat
Umum Pemirsa di Kelurahan Cempaka Permai Kota Bengkulu 131- 140
Seprianti Eka Putri & Hengky Fermansyah
- Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Jasa Dengan Metode Six
Sigma Pada Usaha Jasa Service Mobil 141-149
Geni Mefinka & Sri Warsono

**ANALISIS TINGKAT KUALITAS PELAYANAN JASA DENGAN METODE SIX SIGMA PADA
USAHA JASA SERVICE MOBIL
(Studi Kasus Bengkel Agung Automall Bengkulu)**

Geni Mefinka & Sri Warsono
Jurusan Manajemen Universitas Bengkulu

ABSTRACT. *Repair_Shop of Agung Automall Bengkulu is a company that trading in car service and specially serves cars of Toyota brand for treatments and repairs. As a consideration material for Agung Automall Bengkulu repair-shop in increase their services quality, has used the Six Sigma method. The issue that raised in the research is whether by applied the Six Sigma method may increase the service quality of cars service operation in Agung Automall Bengkulu repair-shop or not. The sampling method of the research has used Accidental Sampling. Based on Sig Sigma analysis for perspective service, Agung Automall Bengkulu repair-shop was on 4 Sigma. The average of this Sigma was 4,19. At analysis result, there was 3 components that has 3 as the lowest sigma. There was 3 main factors of*

Keyword : Quality, Service, Six Sigma, QSM.

PENDAHULUAN

Pada masa Era Globalisasi sekarang ini, pertumbuhan perekonomian Indonesia mengalami kemajuan yang cukup pesat, diiringi dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat pula. Hal ini dimungkinkan karena para investor menanamkan modalnya melalui bisnis di berbagai bidang industri-industri besar dan kecil. Namun, dalam memasuki dunia industrialisasi yang semakin kompetitif sekarang ini, pebisnis dituntut untuk memberikan perhatian penuh terhadap mutu produk yang akan dipasarkan, agar dapat memenangkan kompetisi dalam dunia industri. Mutu atau kualitas produk dapat diartikan sebagai tingkat karakteristik produk yang dihasilkan serta hal-hal yang memenuhi kepuasan pelanggan dari produk industri, sedangkan kualitas atau mutu dari suatu jasa, lebih sulit diukur. Persepsi kualitas pada jasa tergantung pada harapan dan kenyataan, serta proses dan keluaran. Produk atau Jasa yang sudah mempunyai kualitas yang baik, akan memiliki sejumlah keistimewaan yang mampu mempengaruhi omzet pendapatan atas produk dan atau jasa yang dipasarkan. Karena dari kualitas dapat menciptakan suatu persepsi konsumen terhadap produk dan atau jasa yang akan dibutuhkannya, sehingga kualitas yang dibuat oleh perusahaan harus dapat menciptakan "*Distinctive customer satisfaction*" (kepuasan pelanggan yang hanya diberikan oleh produk dan atau jasa itu sendiri, dan tidak diberikan oleh produk dan atau jasa yang dibuat oleh pesaing).

Bisnis pelayanan jasa sangat erat hubungannya bila dikaitkan dengan kepuasan konsumen. Sebuah perusahaan jasa harus menjaga kualitas, jasa yang ditawarkan harus berada di atas kompetitor yang lebih hebat dari yang dibayangkan oleh konsumen. Apabila kualitas jasa yang diterima oleh konsumen lebih baik dari yang diharapkan atau sama dengan dibayangkan maka ia cenderung akan mencoba kembali, ini merupakan wujud dari kepuasan dari konsumen tersebut.

Agung Automall adalah salah satu dealer mobil Toyota yang bergerak di bidang jasa penjualan dan layanan purna jual (bengkel service), dimana bengkel ini menangani keluhan-keluhan terhadap kerusakan-kerusakan pada mesin mobil khususnya Toyota serta keluhan-keluhan lainnya yang berkaitan dengan menurunnya daya dan aktifitas kendaraan mobil Toyota. Bengkel Agung Automall merupakan salah satu bengkel service mobil dari sekian banyak bengkel service mobil yang ada di daerah Bengkulu, tetapi bengkel Agung Automall Bengkulu adalah satu-satunya bengkel resmi mobil Toyota yang ada di Bengkulu. Yang mana mempunyai karyawan berkualitas di bagian layanan Purna Jual (Bengkel) sekitar 35 orang yang telah memiliki sertifikasi dari PT. Agung Automall Pusat. Kualitas dari layanan purna jual (bengkel)

ini mempunyai tujuan untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan dan loyal terhadap perusahaan.

Dengan pelayanan yang maksimal yang diberikan bengkel Agung Automall Bengkulu akan dapat menghasilkan atau memenuhi kebutuhan pelanggan akan service mobil sehingga pelanggan akan memberikan kepercayaannya terhadap bengkel PT. Agung Automall Bengkulu. Adapun permasalahan-permasalahan yang sering ditemui oleh para pelanggan bengkel antara lain kepercayaan pelanggan terhadap kemampuan mekanik bengkel dalam melakukan tugasnya, kelengkapan service yang diberikan, fasilitas ruang tunggu yang kurang nyaman, keamanan dan kenyamanan selama berada di bengkel, dan daya tanggap petugas dalam menampung keluhan-keluhan yang diutarakan para pelanggan dan lain-lain.

Penulis ingin mengetahui tingkat kualitas pelayanan jasa pada Agung Automall dan alternatif yang paling tepat untuk mengetahui kualitas dari suatu perusahaan yaitu dengan menggunakan metode *SIX SIGMA*, konsep ini menekankan pada prioritas perbaikan proses, sehingga konsep ini dapat diterapkan pada usaha jasa bengkel dan dapat digunakan untuk memperbaiki proses kualitas jasa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan jasa dengan menggunakan metode *Six Sigma* pada Bengkel Agung Automall Bengkulu.

KAJIAN LITERATUR DAN KERANGKA ANALISIS

Kualitas

Juran (dalam Zulian Yamit, 1996: 337) menyebutkan bahwa kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Lebih jauh lagi Juran mengemukakan lima dimensi kualitas yaitu:

1. Rancangan (*design*), sebagai spesifikasi produk
2. Kesesuaian (*conformance*), yakni kesesuaian antara maksud desain dengan penyampaian produk aktual
3. Ketersediaan (*availability*), mencakup aspek dapat dipercaya, serta ketahanan. Dan produk itu tersedia bagi konsumen untuk digunakan.
4. Keamanan (*safety*), aman dan tidak membahayakan konsumen
5. Guna praktis (*field use*), kegunaan praktis yang dapat dimanfaatkan pada penggunaannya oleh konsumen.

Davis dalam Yamit (2004: 8), mengidentifikasi lima pendekatan perspektif kualitas yang dapat digunakan oleh para praktisi bisnis, yaitu:

1. *Transcendental Approach*
Kualitas dalam pendekatan ini adalah sesuatu yang dapat dirasakan, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan maupun diukur.
2. *Product-based Approach*
Kualitas dalam pendekatan ini adalah suatu karakteristik atau atribut yang dapat diukur. Perbedaan kualitas mencerminkan adanya perbedaan atribut yang dimiliki produk secara objektif, tetapi pendekatan ini tidak dapat menjelaskan perbedaan dalam selera dan preferensi individual.
3. *User-based Approach*
Kualitas dalam pendekatan ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, dan produk yang paling memuaskan preferensi seseorang atau cocok dengan selera (*fitnes for used*) merupakan produk yang berkualitas paling tinggi.
4. *Manufacturing-based Approach*
Kualitas dalam pendekatan ini adalah bersifat supply-based atau dari sudut pandang produsen yang mendefinisikan kualitas sebagai sesuatu yang sesuai dengan persyaratan (*conformance quality*) dan prosedur. Pendekatan ini berfokus pada kesesuaian spesifikasi yang ditetapkan perusahaan secara internal. Oleh karena itu, yang menentukan kualitas adalah standar – standar yang ditetapkan perusahaan, dan bukan konsumen yang menggunakannya.
5. *Value-based Approach*
Kualitas dalam pendekatan ini adalah memandang kualitas dari segi nilai dan harga. Kualitas didefinisikan sebagai "*affordable ascellence*". Oleh karena itu kualitas dalam

pandangan ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai. Produk yang paling bernilai adalah produk yang paling tepat beli

Jasa

Jasa (*service*) adalah tindakan atau kerja yang menciptakan manfaat bagi pelanggan pada waktu dan tempat tertentu, sebagai hasil dari tindakan mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri atau atas nama penerima jasa tersebut (Lovelock and Wright, 1999. Menurut Kotler (2000) dalam Tjiptono (2005), jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Karakteristik jasa tersebut menurut (Kotler, 1995) adalah:

1. Tidak berwujud (*Intangibility*)

Jasa mempunyai sifat tidak berwujud, tidak dapat diraba, dirasa, dilihat dan didengar sebelum jasa tersebut dibeli. Dengan demikian seseorang tidak dapat menilai kualitas jasa sebelum orang tersebut merasakan atau mengkonsumsinya sendiri. Oleh karena itu, untuk mengurangi ketidakpastian, para pelanggan akan memperhatikan tanda atau bukti dari kualitas jasa tersebut.

2. Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*)

Pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan, tidak seperti produk fisik yang diproduksi disimpan sebagai persediaan, didistribusikan melalui penjual dan kemudian baru dikonsumsi. Hal ini mengakibatkan kualitas jasa ditentukan oleh interaksi produsen dan konsumen.

3. Berubah-ubah atau bervariasi (*Variability*)

Jasa sangat mudah berubah-ubah, karena jasa ini sangat tergantung pada siapa saja yang menyajikan, kapan dan dimana disajikan. Para pembeli jasa sangat peduli dengan variabilitas yang tinggi ini dan seringkali mereka meminta pendapat orang lain sebelum memutuskan untuk memilih.

4. Tidak tahan lama (*Perishability*)

Jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Ketidaktahanlamaan jasa tersebut tidak akan menjadi hasil jika permintaan konstan tapi pada kenyataannya permintaan konsumen akan jasa pada umumnya sangat bervariasi dan dipengaruhi oleh faktor musiman.

Mengelola Kualitas Jasa

Salah satu cara utama bagi perusahaan jasa untuk menyatakan keunggulan dirinya adalah dengan selalu memberikan kualitas jasa yang lebih tinggi dari para pesaingnya. Masalah-masalah dalam pemberian pelayanan jasa selalu muncul akan tetapi, dapat dihindari dengan selalu berusaha untuk memberikan jasa pelayanan yang terbaik dan belajar dari kesalahan masa lalu yang telah diatasi sebagai cerminan dan pegangan untuk perbaikan kualitas jasa di masa yang akan datang.

Pengertian Six Sigma

Six Sigma adalah sebuah metode peningkatan proses bisnis yang bertujuan untuk menemukan dan mengurangi faktor-faktor penyebab kecacatan dan kesalahan, meningkatkan produktivitas, memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik, mencapai tingkat pendayagunaan aset yang lebih tinggi serta mendapatkan imbal hasil atas investasi yang lebih baik dari segi produksi maupun pelayanan (Evans, dkk. 2007: 3).

Kerangka Analisis

Kerangka analisis ini menunjukkan langkah-langkah analisis *Six Sigma* dalam mengukur tingkat kualitas layanan dalam menghadapi perubahan tuntutan pelayanan pelanggan Bengkel Agung Automall Bengkulu pada proses pelayanan.

Dimensi Kualitas pelayanan → Informasi Kualitas Pelayanan → Analisis *Six Sigma* → Tahap 1, Tahap 2, Tahap 3, Tahap 4, Tahap 5 → Tingkat Kualitas pelayanan

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian yang akan dilaksanakan merupakan penelitian yang bersifat deskriptif. Menurut Indrianto dan Supomo (1998: 27), penelitian deskriptif merupakan penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu populasi. Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan *current status* dari subyek yang diteliti.

Populasi dan Sampel

Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah karyawan dan pelanggan bengkel Agung Automall Bengkulu serta manajer Bengkel dengan mengumpulkan data dari responden secara *one shoot study* (studi satu tahap), yaitu penelitian yang datanya dikumpulkan selama kurang lebih 2 minggu.

Sampel dalam penelitian ini adalah karyawan dan pelanggan bengkel Agung Automall Bengkulu sebanyak 30 elemen/responden. *Accidental sampling* adalah teknik pengambilan jumlah sampel yang tidak ditetapkan terlebih dahulu (Hadari Nawawi, 1991). Peneliti langsung mengumpulkan data dari unit sampling yang ditemuinya. Setelah jumlahnya diperkirakan mencukupi, pengumpulan data dihentikan.

Definisi Operasioal

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan jasa dari bengkel Agung Automall yaitu berupa “terpenuhinya harapan pelanggan”. Lima hal pokok Indikator dari terpenuhinya harapan pelanggan antara lain yaitu:

- a. Proses pelayanan pendaftaran service
- b. Pelayanan penerimaan mobil yang akan di service
- c. Proses service mobil
- d. Proses evaluasi pelayanan service mobil
- e. Proses penyerahan mobil pada pelanggan

2. Metode Six Sigma

Six Sigma adalah sebuah metode peningkatan proses bisnis yang bertujuan untuk menemukan dan mengurangi faktor-faktor penyebab kecacatan dan kesalahan, meningkatkan produktivitas, memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik, mencapai tingkat pendayagunaan aset yang lebih tinggi serta mendapatkan imbal hasil atas investasi yang lebih baik dari segi produksi maupun pelayanan.

3. Analisis Six Sigma

Pada penelitian ini, Analisis Six Sigma yaitu sebuah kegiatan statistik dalam pengukuran tingkat kualitas pelayanan bengkel Agung Automall Bengkulu berdasarkan tingkatan sigma. Sigma dalam penelitian ini adalah ukuran kualitas pelayanan yang telah diberikan pihak bengkel Agung Automall Bengkulu.

4. Tindakan perbaikan kualitas pelayanan

Tindakan perbaikan kualitas yaitu suatu tahap dari hasil evaluasi kualitas pelayanan yang diberikan Bengkel Agung Automall Bengkulu kepada pelanggan dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan yaitu dengan memantau proses yang mengalami modifikasi perbaikan sehingga variabel di bawah kontrol dapat dipertahankan dan meningkatkan pencapaian hasil pada bengkel Agung Automall Bengkulu.

Metode Analisis Data

1. Tahap Pertama

Pada kegiatan pertama dilakukan wawancara mendalam dengan pihak manajemen bengkel Agung Automall Bengkulu mengenai fasilitas yang mereka sediakan dan proses dari kegiatan fisik pelayanan, dan dilakukan konfirmasi kepada pelanggan dengan cara wawancara mendalam mengenai fasilitas dan proses pelayanan dari kegiatan fisik yang diberikan oleh pihak Bengkel. Dari data dan informasi yang telah terkumpul kemudian diolah dengan *metode content analysis*, yaitu mengelompokan/memisahkan komponen

maupun bagian dari data dan informasi yang relevan dengan permasalahan melalui hubungan antar komponen data tersebut.

2. Tahap kedua

- Tahap ini ingin mengetahui persepsi kosumen terhadap kinerja bengkel PT. Agung Automall Bengkulu dengan tingkat kepentingan pelanggan bengkel terhadap kualitas pelayanan bengkel PT. Agung Automall Bengkulu yang diinginkan oleh pelanggan, dengan menghitung jumlah kuisioner yang masuk serta menentukan derajat penilaian dan prasyarat pelayanan dengan perhitungan rerata pada indikator pelayanan:

$$\bar{x} = \frac{\sum DK_i}{n}$$

Keterangan :

\bar{x} = Mean derajat kepentingan responden ke i

DK_i = Derajat kepentingan responden ke i

N = Jumlah responden

- Tahap untuk mengukur *variance* harapan pengguna jasa Bengkel pada kualitas pelayanan bengkel PT. Agung Automall Bengkulu, parameter yang akan dipakai adalah standar deviasi.

Sample variance (S^2): rata-rata kuadrat dari jarak tiap titik ke rata-rata di nyatakan dengan rumus ;

$$S^2 = \frac{\sum_{t=1}^n (X_t - \bar{X})^2}{n-1}$$

keterangan :

S^2 = Variance

S = Standar Deviasi

n = Jumlah sampel

\bar{X} = Rata-rata

X_i = Jarak range

3. Tahap ketiga

Tahap ini untuk membandingkan kinerja proses pada penilaian kualitas dengan harapan yang ditentukan oleh pelanggan pada kepentingan perbaikan kualitas. Spesifikasi konsumen dinyatakan secara kuantitatif dengan spesifikasi terdiri dari batas spesifikasi atas dan batas spesifikasi bawah. Sehingga peneliti dapat membandingkan rentang spesifikasi dengan rentang proses pelayanan yang telah diberikan kepada pengguna jasa, maka peneliti mendapatkan suatu besaran yang disebut indeks proses potensial atau indeks yang menunjukkan kemampuan suatu sistem dalam memenuhi batas spesifikasi. Karena tidak semua proses mempunyai distribusi simetris, maka dari konsep C_p diturunkan konsep indeks kapabilitas proses (C_{pk}) atau indeks yang menunjukkan seberapa baik suatu sistem dapat memenuhi spesifikasi limit.

Dalam C_{pk} , rata-rata (mean) proses diperhitungkan sehingga proses tidak perlu mengarah terhadap target yang dalam persamaan dapat ditulis sebagai berikut (Manggala, 2005).

C_{pk} = minimum

$$\left[\frac{USL - \bar{y} - \bar{y} - LSL}{3\sigma} \quad \frac{\bar{y} - \bar{y} - LSL}{3\sigma} \right]$$

Keterangan:

C_{pk} = Indeks kapabilitas proses

LSL = Lower Specification Limit (Batas spesifikasi terendah)

USL = Upper Specification Limit (Batas spesifikasi tertinggi)

3_σ = Tiga sigma

\bar{y} = (Mean) titik tengah dari proses (penilaian kualitas)

4. Tahap Keempat

Pada tahap ini menentukan target objektif atau nilai yang harus dicapai untuk setiap indikator melalui program peningkatan kualitas yang dilakukan dengan beberapa kendala utama yang dihadapi pelayanan bengkel Agung Automall Bengkulu pada tahun 2009. Setelah mengetahui indikator utama, dalam hal ini peneliti menggunakan teknik wawancara dalam dengan pihak perusahaan sebagai penyedia jasa dan wawancara mendalam dengan pelanggan bengkel. kemudian dari hasil yang didapat dilakukan konsultasi dengan pihak manajemen bengkel Agung Automall Bengkulu berdasarkan tabel FMEA (*Failure mode and Effect Analysis*) perhitungan kapabilitas pelayanan (Cpk) dari batas toleransi yang terendah, sehingga memudahkan pihak bengkel Agung Automall Bengkulu dalam menentukan prioritas perbaikan kualitas.

5. Tahap Kelima

Pada tahap ini melakukan identifikasi parameter teknik sebagai terjemahan dari indikator pelayanan ke dalam tingkatan operasional, dalam mewujudkan parameter tehknik ini, peneliti melakukan konsultasi dengan pihak manajemen bengkel Agung Automall Bengkulu berdasarkan parameter teknik yang ada. Sedangkan pada tabel FMEA digunakan dalam membantu mengidentifikasi jajaran perbaikan pelayanan terhadap masing-masing indikator pelayanan melalui pengukuran tingkat sigma

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Kinerja Pelayanan Bengkel Agung Automall

Pada tahap ini akan diketahui derajat kualitas proses pelayanan dan fasilitas fisik. Derajat ini dilakukan untuk memposisikan kualitas proses pelayanan, dan fasilitas fisik yang disediakan oleh pihak bengkel Agung Automall. Kondisi ini berdasarkan penilaian pelanggan bengkel terhadap kualitas proses pelayanan, dan fasilitas fisik yang disediakan bengkel Agung Automall. Dari hasil pengolahan data tersebut mayoritas menunjukkan kinerja kualitas pelayanan telah memenuhi dan mencukupi untuk fasilitas fisik yang disediakan dan fokus untuk memenuhi kualitas pelayanan jasa yang memuaskan sesuai dengan keinginan pelanggan. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa bengkel Agung Automall Bengkulu telah melakukan standar pelayanan untuk meningkatkan kualitas pelayanan hingga menjadi taraf yang lebih baik kedepannya.

Analisis Spesifikasi Perbaikan Pelayanan Bengkel Agung Automall Bengkulu

Pada tahap ini akan diketahui derajat tingkat spesifikasi. Derajat ini dilakukan untuk memposisikan harapan pelanggan yang seharusnya dilakukan oleh bengkel Agung Automall Bengkulu berdasarkan penilaian pelanggan bengkel. Dari data hasil penelitian menunjukkan bahwa bengkel Agung Automall Bengkulu belum sepenuhnya mencapai standar pelayanan yang mereka janjikan. Oleh karena itu, Agung Automall Bengkulu perlu melakukan perbaikan dan meningkatkan kualitas proses pelayanan lebih maksimal untuk mencapai tingkat kualitas pelayanan jasa yang telah dijanjikan untuk masa yang akan datang.

Analisis Hasil Wawancara Mendalam dengan Responden (Pelanggan Bengkel Agung Automall Bengkulu)

Penulis juga melakukan wawancara mendalam kepada kepala bengkel dan karyawan bengkel. Pada umumnya jawaban dari hasil wawancara dari pelanggan bengkel merupakan pujian, sanjungan, dll. Tetapi ada sebagian yang mengeluh karena mereka menunggu cukup lama, tetapi setelah dicek di bagian mekanik (*service*), faktor lama ini dikarenakan kerusakan mobil pelanggan itu cukup berat.

Analisis Hasil Observasi Terhadap Bengkel Agung Automall Bengkulu

Dalam melakukan kegiatan observasi diperlukan suatu standar dalam penilaian hasil observasi. Standar ini memuat ketentuan yang dibenarkan oleh pihak Agung Automall sebagai acuan dalam hal proses *service* mobil. Hal ini dikarenakan kualitas adalah apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, perusahaan sedapat mungkin harus dapat memenuhinya. Untuk memenuhi permintaan pelanggan harus dilakukan dengan usaha yang terencana dan total hasil yang didapatkan bukan lagi tergantung pada beberapa banyak kontribusi yang

dilakukan, melainkan pada seberapa tinggi nilai kerja kers yang dapat diterima oleh pelanggan itu sendiri.

Bengkel Agung Automall Bengkulu memberikan pelayanan service mobil dengan menghadirkan pelayanan service berkala dan service umum sebagai pemenuhan permintaan dari pelanggan. Tingkat kepuasan pelanggan terkait dengan kualitas yang ditawarkan bengkel Agung Automall Bengkulu adalah hal yang selalu menjadi kunci utama perusahaan jasa ini tetap eksis dan diterima masyarakat. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas layanan service mobil yang dikehendaki pelanggan, sehingga prioritas utama terhadap kualitas bengkel Agung Automall Bengkulu adalah hal yang paling penting karena merupakan tolak ukur keunggulan dan daya saing bengkel ini. Fasilitas bengkel terdiri atas:

⇒ *Tools Sets* (Peralatan yang digunakan oleh karyawan dengan cara manual)

⇒ *General Equipment*

1. *Intelligent Tester*

Didukung dengan fasilitas canggih Intelligent Tester II versi terakhir, maka diagnosa problem teknis kendaraan akan semakin cepat dan tepat ditemukan. Fasilitas hi-tech ini hanya Anda bisa ketahui di bengkel Toyota Agung Automall.

2. *Exhaust Gas Analyzer*

Sesuai dengan peraturan pemerintah yang mengharuskan pengguna kendaraan untuk selalu menjaga emisi gas buang kendaraan tetap dalam ambang batas yang diijinkan, maka Agung Automall menyediakan fasilitas pemeriksaan Exhaust Gas Analyzer bagi pelanggan yang melakukan perawatan berkala.

3. *Balancing*

Merupakan peralatan standar yang dipergunakan untuk menyeimbangkan kondisi seluruh ban kendaraan agar berkendara lebih aman dan nyaman. Balancing ban ini sudah termasuk dalam item pekerjaan perawatan berkala, sehingga pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan lagi.

⇒ *Special Service Part* (Peralatan khusus yang digunakan untuk membuka part-part tertentu) Sebagai sarana jasa service mobil (khususnya Toyota), bengkel Agung Automall Bengkulu harus memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan (konsumen), sehingga pelanggan mendapatkan apa yang menjadi harapan mereka yang selanjutnya para pelanggan akan percaya untuk perawatan mobil mereka (konsumen) kepada bengkel tersebut, bukan pada bengkel lainnya.

Analisis Kapabilitas Kualitas Pelayanan Bengkel Agung Automall Bengkulu

Pada tahap ini akan diketahui derajat kualitas pelayanan. Derajat ini dilakukan untuk memposisikan kualitas berdasarkan konversi level *sigma* dan kapabilitas pelayanan yang disediakan oleh pihak bengkel Agung Automall Bengkulu. Analisis kapabilitas digunakan untuk mengetahui proses pelayanan pada Agung Automall Bengkulu dalam memenuhi kebutuhan keinginan pelanggan. Tahap ini untuk membandingkan kinerja proses pada penilaian kualitas dengan harapan yang diinginkan oleh konsumen pada perbaikan kualitas. Dengan membandingkan rentang spesifikasi harapan dengan rentang proses kinerja pelayanan, maka peneliti mendapatkan suatu besaran yang disebut indeks proses kapabilitas atau indeks yang menunjukkan kemampuan suatu pelayanan yang telah diberikan dalam memenuhi batas spesifikasi atau harapan konsumen. Indeks kapabilitas dilambangkan dengan *Cpk* dan perhitungan *Cpk* menggunakan estimasi *sigma* dalam menentukan level kualitas *sigma*.

Tingkat mutu kelas dunia menginginkan pencapaian level kualitas 6σ , $Dpmo = 3,4$, $C_{pk} = 1,5$ dan $yield = 99,99966\%$ (Breyfogle, 1999). Sedangkan hasil penilaian kualitas bengkel Agung Automall menunjukkan rerata pada tingkatan *sigma* dengan nilai 4,19 pada seluruh indikator. Maka mayoritas nilai *sigma* Bengkel Agung Automall berada di tingkat kualitas 4 *sigma* pada seluruh indikator pelayanan, sehingga menggambarkan bahwa kualitas pelayanan bengkel Agung Automall Bengkulu berada di tingkat mayoritas bisnis pada bisnis. Hal ini mengidentifikasikan Bengkel Agung Automall Bengkulu telah mampu dalam memenuhi harapan konsumen pada pelayanan jasa service. Untuk mencapai target 6 *sigma* dibutuhkan waktu yang tidak singkat usaha perbaikan terus menerus pada proses kualitas pelayanan jasa bengkel Agung Automall Bengkulu.

Analisis Perbaikan Pelayanan Bengkel Agung Automall Bengkulu

Pada tahap ini adalah perwujudan parameter teknik dari kepentingan perbaikan pelayanan kepada pelanggan bengkel yang diterjemahkan kedalam bahasa teknik, berdasarkan hubungan *sigma* dengan kendala utama pihak bengkel Agung Automall Bengkulu dalam menentukan target perbaikan dan peningkatan kualitas yang akan dicapai. Untuk menentukan parameter teknik ini dilakukan wawancara mendalam dengan pihak manajemen bengkel Agung Automall Bengkulu khususnya kepada manajemen bengkel.

Berdasarkan hasil analisis *Six Sigma*, pada nilai *sigma* yang masih memiliki nilai rerata standar (atau dibawah mayoritas nilai dari indikator yang lainnya). Bengkel Agung Automall Bengkulu perlu memperbaiki proses pada nilai *sigma* yang berada dibawah mayoritas nilai dari indikator yaitu 3 nilai *sigma* terendah, antara lain:

1. Fasilitas tempat parkir yang sangat luas dan aman (*sigma* 3,00)
2. Karyawan memiliki kemampuan, pengetahuan serta kecakapan dalam menjalankan proses service mengenai mesin dan *spare part* mobil (*sigma* 3,00)
3. Pengguna jasa bengkel merasa aman dan nyaman (*sigma* 3,00).

Terdapat beberapa kendala utama pihak bengkel dalam proses kualitas pelayanan, yaitu : Fasilitas tempat parkir yang sangat luas dan aman belum memenuhi harapan pelanggan, karyawan memiliki kemampuan, pengetahuan serta kecakapan dalam menjalankan proses service serta mengenai mesin dan *spare part* mobil belum maksimal, pengguna jasa bengkel merasa aman dan nyaman belum terpenuhi sesuai dengan harapan. Langkah terakhir dalam analisis *Six Sigma* pada penelitian ini adalah pemberian bobot pada tabel FMEA, yaitu suatu kegiatan dalam menyebutkan modus kegagalan dan penyebab kegagalan, kemudian diberikan bobot masing-masing pada indikator hingga menentukan prioritas perbaikan.

KESEIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka kesimpulan yang dapat ditarik berdasarkan tujuan penelitian yakni untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan jasa dengan menggunakan metode *Six Sigma* pada Bengkel Agung Automall Bengkulu adalah :

- 1) Berdasarkan analisis *Six Sigma*, pada perspektif pengguna jasa, bengkel Agung Automall Bengkulu berada pada *Sigma* 4 dengan nilai rata-rata 4,19 *Sigma*. Standar yang dimiliki oleh Bengkel Agung Automall sehingga berada pada *Sigma* 4, yang tidak dimiliki oleh bengkel resmi lainnya di Bengkulu yaitu :

- ☐ Clip Master.
- ☐ Intelegent Tester 1 & 2 yang fungsinya untuk melihat kegiatan PCU mesin (data list kendaraan)
- ☐ CO tester, untuk mengukur kandungan gas buang kendaraan.
- ☐ Injector tester, untuk melakukan pengetesan terhadap injector mobil bensin.
- ☐ Hands tools sets. Yaitu kunci - kunci yang dimiliki masing - masing teknisi yang terdiri dari 55 item.
- ☐ Specials service tools (500 item)
- ☐ Balancing
- ☐ Tune Up Tester. Untuk mengecek kondisi mesin konvensional.
- ☐ General Equipment (100 item). Contohnya mesin press, mesin gerenda, dll.

Agung Automall Bengkulu juga menyediakan layanan Customer satisfaction, seperti:

- ☐ Ruang tunggu yang nyaman (Smoking area, kursi pijat, foot meses, sofa, snack gratis, TV, dan ruang tunggu yang berAC)
 - ☐ Jaminan service selama 2 minggu.
- 2) Dari hasil penelitian ditemukan 3 indikator *sigma* terendah dibawah rata-rata, antara lain :
 - ☐ Fasilitas tempat parkir yang luas dan aman (*sigma* 3,00)
 - ☐ Karyawan memiliki kemampuan, pengetahuan serta kecakapan dalam menjalankan proses service mengenai mesin dan *spare part* mobil (*sigma* 3,00)
 - ☐ Pengguna jasa bengkel merasa aman dan nyaman (*sigma* 3,00)

- 3) Terdapat beberapa indikator sebagai permasalahan utama Bengkel Agung Automall Bengkulu yang perlu diperhatikan dan sebagai acuan untuk perbaikan di masa yang akan datang, yaitu:
- ☐ Fasilitas tempat parkir yang sangat luas dan aman masih belum memadai (*sigma 3,00*)
 - ☐ Belum maksimalnya kemampuan, pengetahuan serta kecakapan karyawan mengenai mesin dan spare part, juga dalam hal menjalankan proses service (*sigma 3,00*).
 - ☐ Rasa aman dan nyaman pengguna jasa bengkel masih belum terpenuhi (*sigma 3,00*).

DAFTAR PUSTAKA

- Evans, James and Lindsay, William. 2007. *An Introduction to Six Sigma and Process Improvement*: Pengantar Six Sigma. Jakarta: Salemba Empat
- Fandi Tjiptono dan Anastasia Diana. 2006. *Total Quality Management*. Andi Offset: Yogyakarta.
- Kotler.P. 2005.*Marketing Manajemen*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Lovelock Christopher & Wright Lauren. 2002. *Principles Service Marketing and Management*. Second Edition. Pearson Education. New Jersey
- Manggala, D 2005. *Mengenal Six Sigma Secara Sederhana*. (d_manggala@yahoo.com)
- PT. Agung Automall Bengkulu. Laporan Tahunan Bengkel Agung Automall Bengkulu. 2009. Tidak Dipublikasikan.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2003. *Total Quality Management* Yogyakarta: Penerbit Andi
- Wiley, Jhon, 2002. *Strategic Six Sigma*. (d_manggala@yahoo.com)
- Yamit, Zulian. 2002. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Ekonisia. Yogyakarta.